

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital di era modern telah mempengaruhi cara manusia berinteraksi, berkomunikasi, dan mencari makna hidup mereka. Media sosial adalah jenis media di internet yang memungkinkan pengguna menampilkan diri mereka sendiri dan berinteraksi secara sosial di dunia maya (Kurniawati, 2023). Manusia jadi sering menggunakan media sosial untuk mengekspos diri mereka dan mempermudah mereka dalam menyampaikan pesan. Maka dari itu, media sosial memiliki peran menjadi komunikasi dua arah dikarenakan penggunaanya tidak hanya menerima pesan, tetapi juga dapat memberikan tanggapan dan menciptakan sebuah dialog yang berarti (Arief, 2020). Interaksi dari dua arah ini tidak hanya menjadikan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dimana antar pengguna dapat saling membangun pemahaman dan memperluas hubungan sosial. Manusia sebagai makhluk sosial akan dipermudah dalam menyebarkan jaringan sosial melalui media sosial. Namun dalam hal perkembangan teknologi media sosial tidak hanya digunakan untuk hiburan namun dapat menjadi ruang dan peluang untuk mengekspresikan diri, berbagi berbagai macam pengalaman pribadi dan mencari inspirasi hidup yang tidak semudah itu untuk ditemukan.

Pengguna media sosial di Indonesia, berdasarkan laporan Data Reportal We Are Social 2025 terdapat 143 juta pengguna media sosial. Yang terdiri dari Youtube dengan 143 juta pengguna, Facebook dengan 122 juta, Instagram dengan 103 juta, dan dengan TikTok sebanyak 108 juta dengan rata-rata usia penggunaan 18 tahun ke atas. Melihat dari jumlah penggunaan yang tinggi menandakan bahwa media sosial sangat digemari oleh generasi modern ini dan dijadikan sebagai sarana untuk menjalin koneksi sosial yang lebih luas. Bahkan media sosial sebagai sumber mencari informasi (Rahmi et al., 2023). Banyak pengguna yang mengakses Instagram, Youtub, dan TikTok untuk mendapatkan berita terbaru, berbagai tips kehidupan, sampai rekomendasi produk untuk keperluan pribadi.

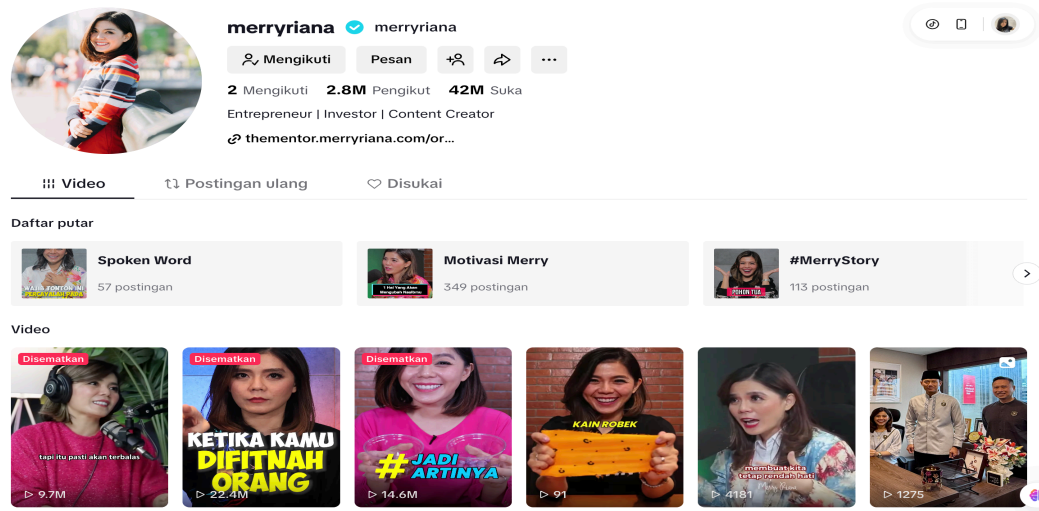
Seiring perkembangan zaman menurut Data Reportal We Are Social pada April 2025 mencatat bahwa manusia di dunia, semakin aktif menggunakan media sosial dalam aktivitas keseharian mereka. Dari populasi 8,21 miliar jiwa, tercatat 5,64 miliar manusia (68,7%) telah menggunakan internet dan 5,31 miliar pengguna (70,7 %) memiliki ponsel yang digunakan untuk mengakses segala sesuatu yang berhubungan dengan dunia digital. Hal ini menandakan bahwa hampir semua manusia di belahan dunia menganggap bahwa media sosial bukan lagi hanya sekedar untuk menjadi alat komunikasi, namun menjadi sarana penting untuk membentuk sebuah pola pikir, nilai, dan semangat hidup manusia. Dengan besarnya jumlah pengguna media sosial juga mendorong terciptanya berbagai jenis konten yang tidak hanya bersifat hiburan semata, namun juga edukatif dan inspiratif (Setiani et al., 2024). Di tengah meningkatnya tekanan hidup dan pencarian makna diri di era digital yang semakin berkembang. Konten dengan tema inspirasi hidup untuk dijadikan motivasi diri menjadi diminati dikarenakan mampu memberikan dukungan emosional dan semangat kepada individu yang melihat dan mendengarkannya. Inspirasi merupakan sesuatu yang muncul bisa berupa ide kreatif, bisikan, dan khayalan sehingga dapat memberikan individu sebuah cara untuk menjalani berbagai macam permasalahan hidup (Hartini Banung et al., 2023). Bedanya dengan motivasi adalah sebuah hal berupa energi yang dapat mendorong seseorang untuk menunjukkan tindakan nyata agar bisa mencapai suatu tujuan (Harahap et al., 2023).

Berdasarkan dari Data Reportal We Are Social 2024, generasi Z menjadi generasi yang mendominasi penggunaan media sosial di Negara Indonesia dan salah satu platform yang digunakan adalah TikTok dengan total 126 juta orang pada awal tahun 2024. Dikarenakan hal tersebut, Indonesia ditempatkan sebagai pengguna TikTok terbesar kedua di dunia. generasi Z sendiri merupakan generasi dimana manusia lahir sekitar tahun 1997 sampai dengan 2012. Generasi Z memiliki karakteristik dari kebiasaan penggunaan digital, memiliki gaya pikir yang inovatif dan mereka terbentuk dari perkembangan teknologi (Alyza, 2025). Walaupun memang generasi Z tumbuh dan berkembang dalam perkembangan teknologi digital, hal ini membuat mereka rentan mengalami kecemasan, perasaan tidak

tenang, dan stres mengenai akademik dan juga hubungan sosial mereka. Berdasarkan *UNICHEF Annual Report 2023* mengatakan bahwa sebanyak 34,7 juta anak di Negara Indonesia termasuk dengan remaja mengalami gangguan kesehatan mental diakibatkan mengalami tekanan dikarenakan ekspektasi sosial dan ketakutan akan masa depan. Kondisi ini juga melibatkan budaya yang ada dalam media sosial dimana kebiasaan generasi Z yang mengunggah segala sesuatu dalam media sosial mereka untuk terlihat sukses dan juga bahagia. Terkadang untuk terlihat bahagia mereka mengunggah sesuatu disaat mereka sedang tidak baik-baik saja. Hal tersebut dikarenakan media sosial menjadi makanan sehari-hari mereka. Maka dari itu, ketika mereka menggunakan media sosial memungkinkan generasi Z melihat dan mencerna konten motivasi yang berfungsi untuk mencari inspirasi, motivasi, dukungan, dan rasa tenang dalam menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan hidup. Dalam penyebaran konten media sosial, platform yang biasa digunakan yaitu platform Instagram, namun seiring munculnya platform TikTok, semakin banyak *content creator* yang muncul dengan beragam jenis konten. Salah satunya konten mengenai inspirasi hidup dalam bentuk *storytelling* dan kutipan. Manusia akan menyerap pesan yang akan disampaikan oleh konten dan mencoba menerapkannya. Konten yang diserap biasanya konten yang isi formatnya relevan dengan pengalaman hidup (Sando & Valentina, 2023).

Terdapat banyak sekali *content creator* TikTok yang membuat konten mengenai narasi motivasi, antara lain @Marioteguhblog yang memiliki 317,3 ribu *followers* kontennya membahas tentang kehidupan manusia yang membutuhkan motivasi dan kebijakan yang harus dipilih dalam menjalani kehidupan, akun kedua yaitu @mastercorbuzier dengan 5,1 juta *followers* membagikan konten mengenai cuplikan podcast, opini kritis mengenai permasalahan sosial sehingga sering kali konten yang dibuat berkaitan dengan *self improvement* @EvaAlicia dengan 3,5 juta *followers* yang konten dalam bentuk narasi untuk pengembangan diri, membangun potensi diri, dalam konteks keuangan yang lebih baik yang mendorong audiens untuk mencari jati diri, kesuksesan, dan keluar dari zona nyaman mereka menuju finansial yang stabil, @Niaghania dengan 1 juta *followers* yang kontennya membahas tentang *self love*, kesehatan mental, refleksi diri, dan afirmasi yang

positif sehingga bagi audiens akan memotivasi mereka dengan konten yang dibagikan. Akun @radityadika dengan 1,9 juta *followers* akun ini membagikan konten mengenai humor, refleksi kehidupan, dan juga cuplikan podcast yang di dalamnya menggambarkan pembelajaran hidup.



Gambar 1.1 Akun Tiktok @merryriana
Sumber: Akun Tiktok @merryriana (2026)

Yang terakhir untuk penelitian yang akan dilakukan ini *content creator* Merry Riana dengan akun TikTok @merryriana. Seorang sosok pengusaha kelahiran tahun 1980 yang membangun usaha dalam bidang pengembangan diri membangun Merry Riana Grup yang berisikan Merry Riana Education berupa kelas untuk pengembangan diri dapat berupa seminar, webinar, dan *training*. Untuk program kursus Merry Riana menyediakan Merry Riana *Learning Centre* berupa kelas *public speaking* dan terdapat Holiday Program yang nantinya peserta akan diajari *public speaking*, *smart learning*, dan *life and success* yang berfokus pada pelatihan, edukasi, serta pengembangan potensi diri. Terdapat Merry Riana *events* yang menyediakan pilihan seperti *billionaire camp*, *life camp*, dan *leadership camp*. Kelas *online* juga diadakan yang dinamakan Merry Riana *Digital Learning*. Merry Riana juga seorang investor, penulis buku *Mimpi Sejuta Dolar*, dan *content creator* yang kini memiliki 2,8 juta *followers* TikTok. Melalui konten dan gaya

penyampaian pesannya dengan kehidupan sehari - hari dalam bentuk narasi berupa cerita ataupun kutipan. Narasi merupakan kreativitas dalam menulis karangan yang dihasilkan dari berpikir secara kreatif dengan menggabungkan imajinasi dan kecerdasan yang dihubungkan dengan perasaan untuk menyampaikan isi pikiran (A. Hidayat, 2021). Melalui konten narasi inspirasi hidup yang dibuat Merry Riana sebagai sosok yang memberikan pesan, makna, motivasi, dan semangat hidup untuk menjalani berbagai tantangan dan permasalahan hidup di era modern ini untuk generasi Z. Namun tanggapan dari berbagai macam audiens TikTok @merryriana terutama untuk generasi Z tidak selalu sama, sebagian merasa terinspirasi dan juga ada yang merasa tidak relevan dengan apa yang mereka alami. Hal ini menunjukkan bahwa setiap audiens dan juga *followers* dari Merry Riana memiliki pemahaman yang berbeda-beda terhadap sosoknya sebagai motivator di platform TikTok, hal ini dipengaruhi oleh kondisi emosional dan pengalaman hidup dari masing-masing individu.

Secara umum di era yang serba digital, seperti contohnya konten TikTok yang disebut dengan video yang formatnya singkat berpotensi menimbulkan persepsi terhadap sosok yang muncul pada TikTok. Pesan motivasi yang disampaikan pada konten tidak selalu dipahami secara mendalam pada audiens karena pesan-pesan motivasi bisa terasa kurang bermakna jika tidak sesuai dengan pengalaman pribadi seseorang atau tidak diikuti dengan tindakan nyata. Selain itu, generasi Z cenderung mengakses konten dengan cepat dan sering kali hanya menggulir ke konten selanjutnya tanpa menghabiskan waktu lama. Penelitian tentang cara generasi Z menggunakan media di Indonesia menunjukkan bahwa mereka lebih sering menggunakan media sosial untuk hiburan, meskipun tetap mencari informasi penting (Evita et al., 2023). Dalam situasi ini, penting untuk memahami bagaimana sosok Merry Riana sebagai motivator di TikTok dipersepsikan oleh generasi Z dan ia dipandang sebagai sosok yang inspiratif atau hanya membagikan konten yang memberikan kesan emosional sesaat.

Penelitian yang akan dilakukan ini akan terkait dengan generasi Z karena mereka yang tumbuh dan berkembang dalam perkembangan teknologi yang sangat cepat maka dari itu, mereka menghadapi tuntutan dan tekanan yang cukup tinggi dalam akademik, karir, dan lingkungan sosial mereka. Berdasarkan data Kementerian RI tahun 2023, tekanan berpengaruh terhadap pola pikir dan psikologis otak. Dari hasil data yang dikumpulkan frekuensi depresi tertinggi di Indonesia sebesar 2% namun 10,4% membiasakan diri dan tidak mencari pengobatan. Hal ini menunjukkan bahwa banyak manusia yang tidak senormalnya mendapatkan dukungan psikologis. Sehingga dalam konteks generasi Z mereka mencari pelarian ke dalam media sosial seperti konten yang lewat di beranda mereka akan menghibur dan memotivasi mereka. Penelitian ini akan menarik diteliti dikarenakan menganalisis bentuk persepsi *followers* generasi Z terhadap akun TikTok @merryriana mengenai sosok Merry Riana sebagai seorang motivator. Berbagai generasi di era modern ini khususnya generasi Z memiliki ketergantungan dalam menggunakan media sosial.

Ketergantungan terhadap media sosial dengan menggunakan medium gawai dapat mengakibatkan berbagai macam masalah, seperti gangguan kesehatan baik kesehatan fisik atau mental, kesulitan bersosialisasi dengan orang lain, penurunan tingkat fokus baik motorik dan sensorik, dan penurunan inisiatif untuk belajar (Ishariani et al., 2020). Dampak ini menunjukkan bahwa media sosial termasuk dengan TikTok mempengaruhi pola pikir, pengendalian emosi, pembentukan nilai dan kepribadian untuk generasi muda. Melalui algoritma platform TikTok yang sesuai dengan minat dari penggunaanya, hal ini dapat membuat individu mendalami apa yang mereka konsumsi dalam media sosial. Bagi generasi Z yang dikenal tumbuh dalam perkembangan digital yang sangat pesat, mereka dapat terkait dengan dunia digital dan menjadikannya tidak untuk hiburan semata, namun menjadi perjalanan mereka untuk mencari jati diri dan memotivasi diri.

Dengan penelitian yang akan diteliti Persepsi generasi Z terhadap akun TikTok @merryriana mengenai sosok Merry Riana sebagai seorang motivator dapat memberikan pemahaman cara generasi Z membentuk persepsi mereka terhadap Merry Riana melalui konten yang dibagikan. Namun dalam media sosial tidak semua pengguna dapat memahami tujuan pesan yang disampaikan dalam sebuah konten, mereka dapat memiliki persepsi yang berbeda. Sebagian *followers* generasi Z memandang Merry Riana sebagai sosok motivator yang inspiratif yang dapat memberikan dorongan semangat, sementara *followers* lain tidak merasa pesan yang disampaikan berpengaruh. Jadi konten dari media sosial akan membentuk persepsi yang berbeda di setiap individu, dapat menimbulkan persepsi positif dan persepsi negatif, persepsi yang timbul akan berdasarkan pengalaman yang pernah dialami (Afifah & Kuntari, 2025).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana persepsi *followers* generasi Z terhadap akun TikTok @merryriana pada sosok motivator Merry Riana dengan memahami bagaimana cara generasi Z dalam memahami dan menilai sosoknya yang berdasarkan konten yang mereka konsumsi melalui TikTok. Persepsi akan terbentuk dari cara Merry Riana dalam menyampaikan pesan dan bagaimana pesan tersebut dicerna, dipahami, berpengaruh, dan diinterpretasikan oleh audiens yang dipengaruhi oleh kondisi emosional dan latar belakang dari masing-masing individu. Hal ini dikarenakan keberhasilan dari pesan konten yang dibagikan tidak hanya ditentukan oleh pembagi pesan namun bergantung dari pemahaman dari penerima pesan dalam memahami maknanya dan akan lebih relevan ketika penerima pesan mengalami atau mempunyai latar belakang yang sama. Menurut DeVito (2016) komunikasi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan yang dialami individu untuk memahami dan memaknai sesuatu yang pada proses komunikasi makna pesan tidak bergantung pada pesan yang disampaikan namun cara penerima pesan untuk memahami dan mengartikannya.

Studi penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan studi kasus dengan teknik pengumpulan data wawancara secara mendalam. Peneliti menggunakan metode ini dikarenakan untuk memahami persepsi generasi Z terhadap sosok Merry

Riana sebagai seorang motivator perlu diketahui dengan pemahaman yang mendalam dari masing-masing individu mengenai bagaimana mereka menilai sosok dari Merry Riana melalui akun TikTok @merryriana. Dengan menggunakan wawancara mendalam, pola pikir, pengelolaan emosi, latar belakang, dan pengalaman pribadi para responden dapat digali dan dipahami sehingga peneliti dapat mengetahui bagaimana persepsi Merry Riana sebagai sosok motivator pada *followers* generasi Z terbentuk baik dari sisi kepercayaan, daya tarik, dan relevansi dengan pesan yang disampaikan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan media sosial khususnya platform TikTok telah menjadi platform utama untuk generasi modern khususnya generasi Z yang tumbuh berkembang dengan kemajuan platform digital yang sangat pesat. Hal tersebut membuat generasi Z menggunakan media sosial dalam mencari segala informasi termasuk untuk mencari inspirasi dan dijadikan motivasi diri. TikTok menjadi platform yang digunakan untuk berbagi berbagai macam konten inspirasi. Salah satu akun TikTok yang terkenal dalam berbagi konten motivasi adalah akun @merryriana seorang *content creator*, pengusaha, dan juga investor. Ia memiliki 2,7 juta *followers* di TikTok dengan berbagi konten seputar motivasi hidup, cara bertindak dan bersikap, pengembangan diri, dan memberikan semangat dalam menjalani berbagai lika-liku kehidupan. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana persepsi generasi Z terhadap sosok Merry Riana sebagai motivator melalui konten inspirasi hidup dibagikan dalam akun platform TikTok tersebut.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian dalam penelitian yang akan diteliti berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan adalah bagaimana persepsi *followers* generasi Z terhadap akun TikTok @merryriana mengenai sosok Merry Riana sebagai seorang motivator?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian adalah ingin mengetahui persepsi *followers* generasi Z mengenai individu Merry Riana sebagai seorang motivator berdasarkan konten motivasi dalam akun TikTok @merryriana.

1.5. Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Akademis

Berdasarkan penelitian yang akan diteliti dengan judul “Persepsi Followers Generasi Z terhadap Akun TikTok Mengenai Sosok Merry Riana sebagai Seorang Motivator” penulis berharap penelitian akan memberikan kontribusi secara nyata terhadap perkembangan lingkup ilmu komunikasi. Peneliti juga berharap hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi penelitian lain yang akan meneliti mengenai persepsi *followers* yang terbentuk pada seseorang melalui konten yang ada di media sosial.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Peneliti berharap penelitian akan bermanfaat bagi *content creator* yang akan membuat konten motivasi, yang *followers* dan pasar utamanya adalah generasi Z. Hasil dari penelitian ini diharapkan akan menjadi bahan untuk perkembangan dunia digital dalam bentuk konten yang disajikan. Hal tersebut agar konten yang disampaikan oleh *creator* bisa diterima dan dipahami dengan baik oleh *followers* terutama generasi Z. Sementara untuk generasi Z diharapkan dapat membantu mereka dalam memahami motivasi mendalam hidup untuk mereka dan memahami sosok motivator yang direpresentasikan melalui konten pada media sosial.

1.5.3 Kegunaan Sosial

Peneliti berharap dapat memberikan manfaat bagi semua pihak secara lebih luas terutama dalam menumbuhkan kesadaran akan pentingnya konten motivasi diri untuk generasi Z. Dengan pemahaman terhadap persepsi terhadap sosok pada media sosial dan konten yang akan bermanfaat untuk menambahkan penyebaran pesan positif yang nantinya akan menambah semangat hidup, kepercayaan diri dan bijaksana dalam menjalani berbagai macam tantangan hidup.

1.6. Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menemukan literatur yang secara khusus membahas keterkaitan dengan persepsi *followers* khususnya pada sosok motivator di TikTok dan konten motivasi dalam media sosial. Penelitian ini juga hanya meneliti sosok motivator Merry Riana di media sosial TikTok @merryriana dari banyaknya *creator* yang membagikan kontennya tentang motivasi hidup di media sosial sehingga tidak ada akun lain yang terkait dengan penelitian ini. Penelitian hanya membahas terkait persepsi dari *followers* @merryriana dan hanya untuk *followers* generasi Z. Jadi informan sekitar umur 14 hingga 29 tahun jadi di luar dari umur perkiraan umur tidak akan termasuk ke dalam informan penelitian karena fokus penelitian untuk generasi Z dalam memaknai sosok Merry Riana sebagai seorang motivator di platform TikTok dan memahami apakah konten motivasi tersebut dapat menjadi inspirasi untuk generasi muda yaitu generasi Z.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA